

## Bischofszell: Web Community von Atizo erfindet Bio-Eistee

Wie kann der Lebensmittelhersteller Bischofszell das Sortiment an alkoholfreien Getränken erweitern? Der Fantasie bei der Ideengenerierung waren keine Grenzen gesetzt. Bischofszell fragte im Ideen-Wettbewerb auf der Online-Innovationsplattform Atizo nach Bedürfnissen und Trends der Konsumierenden in den Getränkesegmente Fruchtsäfte, Ice Tea, Wellnessgetränke, Limonaden und Sirup. Der

mit einer Gesamtprämie in der Höhe von 2000 Franken dotierte Wettbewerb richtete sich dabei hauptsächlich an die Zielgruppe der traditionellen und gesundheitsbewussten Kundinnen und Kunden. Im Frühling 2009 startete der Wettbewerb. Die motivierte und kreative Community entwickelte innert kurzer Zeit 475 spannende Ideen. Im Spätsommer fand ein Innovationsworkshop moderiert durch die

Partnerfirma Denkmotor statt. 10 Ideen wurden ausgezeichnet und für die Detail-Evaluation zugelassen. Aus diesem Topf an Ideen wurde eine Idee auserkoren. In einem internen Workshop wurden daraus zwei Produkte weiterentwickelt. Die neuen Bio-Eistees sind seit einigen Wochen in der Migros zu kaufen.

.....  
[www.atizo.com](http://www.atizo.com)  
[www.bina.ch](http://www.bina.ch)



## bit media: E-Learning an der Theke

Als Mitglied der «Metro Group Future Store»-Initiative hat der E-Learning-Spezialist bit media Lösungen für neue Informationsbedürfnisse im Einzelhandel entwickelt. Mitarbeitende von Supermärkten können sich damit schnell und situationsbezogen über Produkte informieren.

Dazu werden bereits vorhandene Displays genutzt, etwa die von Waagen. Für die real-Warenhaus GmbH entwickelte bit media bereits 2007 ein umfangreiches Lernportal. Am PC können sich die Mitarbeitenden umfassend informieren – von Bio-Lebensmittel bis hin zu Kassens-

prozessen. «Der Erfolg des real-Portals zeigt uns, dass wir eine angemessene Form gefunden haben, mit der sich Mitarbeitende effizient und dem eigenen Aufgabengebiet angemessen weiterbilden», so Hans Gieringer, Geschäftsführer von bit media. Am 2. September 2010 lädt

bit media in den Future Store in Tönisvorst ein. Dort werden Vorträge und Praxisbeispiele Einblick in die innovative Welt dieser Anwendungen gewähren. Anmeldungen unter [officede@bitmedia.cc](mailto:officede@bitmedia.cc).

.....  
[www.bitmedia.cc](http://www.bitmedia.cc)

## Coop: Nachhaltigkeit auch bei Fischkonserven

Ein wichtiger Schritt zum Schutz der Meere: Als Erste in der Schweiz lanciert Coop Sardinen in der Dose aus umweltschonender Fischerei. Fisch ist von Natur aus reich an Protein und wird

deshalb von Ernährungsexperten als wichtiger Bestandteil einer gesunden und abwechslungsreichen Ernährung empfohlen. Doch immer mehr Fischgründe sind überfischt und viele Arten

vom Aussterben bedroht. «Wer mit gutem Gewissen Fisch und Meeresfrüchte geniessen will, setzt deswegen auf Fisch aus Bio-zertifizierter Zucht, oder aber aus nachhaltigem Wildfang», schreibt Coop in einer Mitteilung. Für letzteren steht das Label MSC (Marine Stewardship Council), das bis anhin vor allem bei Frisch- und Tiefkühlfisch Verbreitung fand. Coop führt seit dem Jahr 2000 MSC-Fisch und Seafood im Sortiment und verzichtet auf den Verkauf stark bedrohter Fischarten. Mit der Sar-

dine nature bringt Coop nun die erste Dosen-Sardine auf den Schweizer Markt, die MSC-zertifiziert ist. Diese Sardinen (Sardina pilchardus) werden im Nordost-Atlantik gefangen und in Portugal schonend verarbeitet. Sie sind von Natur aus reich an Eiweiss und da sie in Salzwasser eingelegt sind, enthält eine Dose nur gerade 148 Kalorien. Mit fast 19 Gramm Eiweiss pro Dose liefern sie mehr als ein Drittel eines durchschnittlichen Tagesbedarfs an Protein.

